

ชื่อเรื่อง : การสื่อสารการตลาดและความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทย

ชื่อผู้วิจัย : ตระหนักจิต ยุตยรรยง

คณะ/สาขา : นิเทศศาสตร์/การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ปีที่แล้วเสร็จ : 2560

จำนวนหน้า : 89 หน้า

คำสำคัญ : ตราสินค้า แฟชั่น ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ

บทคัดย่อ*

งานวิจัยเรื่อง: การสื่อสารการตลาดและความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทยและ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงในกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น และผู้บริหารภาครัฐ

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบการแฟชั่นไทยใช้วิธีการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่าง อัตลักษณ์ตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทยมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตระดับสูง ผู้ประกอบการแฟชั่นสัญชาติไทยมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน การเกิดความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการตราสินค้าแฟชั่นสัญชาติไทย เกิดจากงานศิลปะ จิตนาการ ความประทับใจ แรงบันดาลใจ การเรียนรู้ และ ประสบการณ์

*งานวิจัยนี้ได้รับทุนส่งเสริมการวิจัยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Title: Marketing Communication and Creativity in Thai Fashion Brand

Researcher: Tranakjit Yutyunyong

Faculty/Department : Communication Arts

University of the Thai Chamber of Commerce

Year of Accomplishment: 2017

No. of Pages: 89

Key words: Brand, Fashion, Creativity, Entrepreneur

Abstract*

This research aims to study how marketing communication and creativity be used for building Thai Fashion Brands. The study employed qualitative method by using in-depth interviews with Thai brand fashion entrepreneurs, fashion experts, academics and government officials.

The research found that building brand identities and differentiations are the key to building Thai's fashion brands. Thai fashion brands identities relate with sophisticated and styles. The study also found that Thai brand fashion entrepreneurs use creativity in all aspects of their business. The creativities are formed by arts, imagination, impression, inspiration, knowledge, and experience.

*The Research was Financially Supported by University of the Thai Chamber of Commerce